

## 福建：鄉村振興路 越走越寬廣

落寞的漆籃工藝走上產業化道路，奔跑的農民回到煥發生機的故土，凋敝的村莊找到發展方向……以復興漆籃產業為突破口，永春縣仙來鎮龍水村鄉村振興的一池春水被激活了。

十年蝶變，讓我們看到山村“頭雁”的力量。

他們作為鄉村振興的實踐者，推進一項項政策落地生根，推動一張藍圖轉變為美好現實，見證一個個村莊煥然新生——

福建“八山一水一分田”，生態資源稟賦獨特，農業多樣性資源豐富。發展特色現代農業，是必由之路。福建堅持走特色路、打特色牌，先後出臺10多份省級規劃，配套系列措施，組織實施推進一批重大項目、重大工程、重大行動，因地制宜發展茶葉、蔬菜、水果等十大鄉村特色產業。如今，十大產業全產業鏈總產值已超過2萬億元，成為鄉村振興的重要支撐力量。

2019年底，福建現行標準下45.2萬農村建檔立卡貧困人口全部脫貧，2201個建檔立卡貧困村全部退出，23個省級扶貧開發工作重點縣全部摘帽，提前交出一張高質量脫貧的福建答卷。

美麗鄉村入畫來，農民幸福感成色越來越足。農村人居環境整治三年行動圓滿收官後，福建持續發力，壓茬推進行動，每年出臺一個鄉村建設品質提升實施方案，形成一份鄉村建設重點任務清單、明確一批農村人居環境整治提升工作重點項目，奮力打造既有肌體之美又有靈魂之美的福建特色美麗鄉村。

鄉村振興，為農民而興；鄉村建設，為農民而建。站在新生活、新奮鬥的起點，福建“摘帽不摘政策，脫貧不脫幫扶”，着力完善防止返貧監測幫扶機制，牢牢守住不發生規模性返貧底線，全力激發脫貧群眾內生動力，推進鞏固拓展脫貧攻堅成果同鄉村振興有效銜接。

“頭雁”引領，鄉村振興有合力。

十年來，福建既重視頂層謀劃，又尊重基層首創精神，鍛造着一個個過硬的鄉村“雁陣”。從百萬農民培訓行動到農村創新創業帶頭人培育行動，從建設農村創新創業園到舉辦農村創新項目創意大賽，福建持續搭建平臺，內培外引，孵化有情懷有能力的鄉村“頭雁”。今年8月，啟動鄉村產業振興帶頭人培育“頭雁”項目，計劃以每年每個縣(市、區)10人的速度，用5年的時間培育一支能夠引領一方、帶動一片的鄉村產業振興帶頭人“頭雁”隊伍。

“頭雁”領飛，鄉村振興。

去閩北山區，看看掌握了流量密碼的網紅們，如何讓“養在深閩人未識”的山貨走進千家萬戶；去古邑屏南，看看藝術家們如何用文創的魔法改造一個個薄弱村；去竹鄉永安，看看一根竹子如何被“吃幹榨盡”，撬動起近百億元產值；去“全國林改第一縣”武平，看綠水青山如何轉換為金山銀山……行走在福建廣袤的土地，希望的田野上演繹着不同的振興故事，福建特色的鄉村振興之路越走越寬廣。(張輝)

有着百年歷史，隨着時代變遷，助推當地特色美食行業不斷走向新高度

## 霞浦糊湯包：美食新寵 鄉思眷眷



蘭月平在煮糊湯。



林明發在制作包子。



蘭月平端起剛出鍋的包子，準備出售。

在霞浦，糊湯、包子都是家喻戶曉、口傳心贊的地道美食，也是深受人們喜愛的標配早餐。在霞浦吃包子必配糊湯，久而久之，當地人就把這兩種不同的美食簡稱為“糊湯包”。大凡有外地來客，東家總會帶客人去嘗嘗霞浦糊湯包的美味。

近日的清晨4點多，筆者來到位於霞浦縣城農貿市場東側巷弄中段的林明發糊湯包店，只見林明發和他的妻子蘭月平早已忙得開不開。林明發忙着和面、稱面、做包子，蘭月平則把鍋里的水燒開下料煮糊湯。他倆的這家糊湯包夫妻店，已經經營整整22個年頭了。

“我上世紀80年代下崗後，和妻子一起經營飯店，幾年後就關門了。之後，又做過其他生意，總是沒什麼收益。後來，嘗試着開了這家小本經營的糊湯包子店，沒想到生意這麼好，就一直開到現在了。”今年63歲的林明發說起糊湯包子店總是喜形於色。“每天清晨3點起床，在店裡忙到上午10點左右才能收攤。平時，一天能賣出700多個包子，300多碗糊湯。要是遇上旅遊旺季，每天的銷量幾乎都要翻倍。”林明發說。

“我從小就喜歡吃糊湯包，早上要是沒吃糊湯包，這一天就像沒吃早餐似的總掛念着。這家做的味道地道，今天一大早我特意帶三位外地的朋友過來，讓他們也嘗嘗我們霞浦的美味。”清晨5點多，市民小阮“率團”來到林明發店裡，邊吃邊向筆者介紹她的情有獨鐘。

據悉，霞浦糊湯、包子有着百年歷史。其中，尤以店鋪“阿七糊湯”歷史最長、名氣最大。當然，霞浦東門頭糊湯包子店、南門外王氏老包店也都有着二三十年的歷史。這些老店和林明發一樣，都採用傳統工藝手工制作糊湯、包子，生意紅火，收入頗豐。

霞浦的包子以肉包居多，而糊湯用料相對複雜——用米粉拌入澱粉，佐以蝦仁、肉片、蛤蜊、幹貝等，加入當地的特級魚露。制作方法為：米粉用刀切成5厘米長段，蔥頭切碎炸成蔥油，蛤蜊、幹貝、蝦仁用水泡發，瘦肉片加醬油、味精調味。鍋里下1000克清水燒開，將米粉、蛤蜊、幹貝、蝦仁下鍋調味，待米粉浮上湯面時，用地瓜粉勾芡，撒少許蔥花。而瘦肉片、滷小腸等則作為加料食用。

如今，隨着生活水平的不斷提高和生活節奏的加快，在家里做早餐的人越來越少，早餐吃糊湯包美味又實惠，越來越受到霞浦當地人的喜愛。許多市民甚至通過網上外賣下單，霞浦縣城的糊湯包店也從20多年前的兩三家發展到了現在的20多家。糊湯包越發成為當地美食新寵，助推霞浦特色美食行業不斷走向新高度。(鄭培榮 文/圖)



蘭月平剛煮好的糊湯

## 從代工生產到自創品牌 莆田鞋“跑”上新賽道

從二十世紀80年代起為國際知名品牌代工，到成為中國鞋類產品的主產區和重要出口基地之一，被譽為“鞋城”的福建莆田歷經30多年的發展，目前工商登記鞋業及相關配套企業4200家以上，從業人員超50萬人，總產值超千億元。不過，莆田鞋業仍以出口代工為主，自主品牌薄弱，加上疫情等因素影響，莆田鞋業尋找轉型之路顯得更加迫切。

### 重塑“莆田鞋”生態圈

記者在京東上搜索“莆田鞋旗艦店”，看到這家店鋪有9.5萬人關注，鞋的價格從148元到438元不等，其中一雙經典低幫板鞋銷量最高，售價258元。不僅線上有店鋪，線下還有一家位於莆田市體育中心的莆田鞋授權精品專營館。記者在館內看到，貨架上擺有運動鞋、商務鞋、童鞋和工裝鞋等超過百款，鞋盒上均印有“莆田鞋+自主品牌”的“母標+子標”。

不久前，“莆田鞋圖形”集體商標獲得國家知識產權局批准註冊。該商標是經莆田市政府授權，由莆田市鞋業協會向國家知識產權局商標局申請註冊的集體商標，有效期至2032年2月27日。商標以鞋帶為構圖創意，勾勒出莆田兩字的拼音首字母“P”和“T”。圖形“P”拔地而起，“T”向上延伸，既體現鞋的特徵，也寓意着莆田鞋業轉型升級的決心和信心。

該集體商標採取“1+N”的聯合創牌模式，“1”指莆田鞋集體商標，“N”則代表眾多當地鞋企的自創品牌。以莆田鞋集體商標作為母品牌聯合各家鞋企的自主品牌共同孵化，實現抱團發展。現有20家鞋類生產企業獲得授權使用該集體商標，福建省集途科技有限公司就是其中之一。該公司瞄準男鞋市場，集鞋類研發、設計、個性化定制、線上下線銷售等業務為一體。

福建省集途科技有限公司董事長黎茂成說，作為自主品牌創始人，在創牌的道路摸爬滾打十幾年，深知其中的艱辛和不易。“莆田鞋集體商標的問世給鞋企帶來了發展機遇，有助於實現抱團發展，當然也提出了新的挑戰。目前，公司正在逐步建立企業內部的整套品控機制，加大研發創

新力度。”

據介紹，莆田鞋集體商標授權準入要滿足四個條件：一是莆田市生產成鞋的規上企業；二是企業必須有自主品牌；三是企業近兩年生產的成品鞋符合莆田鞋團體標準和國家行業標準；四是企業必須合法經營。

負責獨家運營管理莆田鞋集體商標的莆田名品品牌管理有限公司負責人林勇說，目前正與多家授權鞋企深度合作，通過持續深耕聯合創牌、渠道搭建、創新研發等方面，打造莆田鞋原創新品，做大做強公共品牌。

記者採訪的多家鞋企都認為，一方面，政府以信用作為背書，可以扭轉長期以來消費者對莆田鞋“高仿”“山寨”的刻板印象。另一方面，協會兜底打造公共品牌，可以打消從業者創牌過程中的風險顧慮。

為積極應對市場形勢變化，莆田市近年來重新定位產業體系，梳理出包括鞋服產業在內的12條重點產業鏈。針對鞋業轉型升級，莆田市持續打出政策“組合拳”，鼓勵各方實施聯盟創牌，注冊集體商標，培育公共品牌，推進鞋業創品牌、提品質、增品種。

創建莆田鞋集體商標，出臺使用管理辦法、明確申報使用條件……一個多方聯動、互利共贏的莆田鞋品牌生態圈正加速成形。

### 乘勢而上促研發創新

莆田地處丘陵地帶，土地貧瘠，以家庭作坊為主的手工業較為盛行，制鞋業在明清時期就很發達。起步早、基礎好、產業鏈相對完整……莆田借助地緣優勢和產業轉移契機，早在二十世紀80年代就開始為國際知名運動鞋品牌代工，積累了精湛的生產技術和熟練的制鞋工人。

一批莆田鞋企當年採取模仿創新的策略來達到資本快速積累的目的。儘管風險小、成本低，但難以樹立企業形象，容易受到技術壁壘的制約，因此以優質品牌驅動競爭力升級的轉型勢在必行。

莆田鞋和制鞋技術有限公司以生產登山鞋、滑板鞋、工作鞋為主業，是首批獲得莆田鞋集體商標授權的企業之一。該公司董事長陳英洪說，在

集體商標的加持下，莆田鞋企的技術優勢和供應鏈優勢可以整合起來，同時借一系列產業政策的東風，老鞋企能夠更加專注技術、材料、設計的研發創新，“跑”上從代工生產到自創品牌的新賽道。

雖然莆田鞋不缺技術、工藝，也有產能的優勢，但不少企業最擔心的還是設計和營銷。黎茂成說，原創產品開發從構思到量產，從選材到顏料搭配，中間模板設計、樣鞋試錯調整等流程無不需要供應上的各家企業付出巨大經濟成本，如果沒有可預期的市場訂單支撐，這些原創開發工作會擠占企業大部分資金成本。

林勇說，加強品牌推廣，提高品牌價值，需要優秀的公關與宣發團隊持續針對社會輿論反映進行品牌公關，同時在線上線下需要對等付出經濟代價以獲取足夠多的優質廣告坑位進行正面品牌公關，配合產品發布節奏持續在輿論場為品牌創造足夠多的曝光量。

“未來配合新品上市與品牌推廣，還需要投入建設溯源系統，實現全生產過程可追溯。穩定的資金投入必不可少。”林勇說。

莆田市工業和信息化局副局長陳俊杰說，模具開發、團隊搭建、鞋材設計等費用為企業前期固定投入成本。因此，目前還有部分企業對於自主創牌工作持觀望態度，不願意進行冒險性嘗試。

“下一步，我們將繼續嫁接研發設計、品牌營銷、智能制造、柔性化制造等相關專業機構、優勢資源賦能企業，助力企業自主創新。”陳俊杰說。

### 從“制造”到“創造”任重道遠

近年來，隨着國際品牌的代工訂單逐漸向東南亞轉移，代工企業的利潤被不斷擠壓。在國內，安踏、匹克、特步等一批泉州體育用品企業，紛紛加強自主研發，在原創領域發展得風生水起。因此，由“制造”向“創造”邁進，既是觀念的變遷，更是莆田鞋企自強的選擇。如今，當地不少鞋企已經找到各自的細分定位，實現差異化競爭，為做強公共品牌的美譽度和附加值而努力。

福建雙馳智能信息技術有限公司研發的“FOOTBIRD 識足鳥足部健康檢測儀”，能在15秒內獲取54項人體足部特徵數據，並對足型數據

進行解析，給出針對性的穿鞋與改善建議。“通過個性化定制商標，消費者能夠參與外觀設計與生產系統的無縫對接，最快2小時就可以拿到專屬鞋品。”該公司總經理古璋明告訴記者。

同樣是細分品類，莆田市青春之家體育用品有限公司旗下自主品牌“玩覓”則專注於研發生產運動鞋。該公司品牌總監曾鴻慶說，通過技術連接人的需求與體驗，解決用戶穿着需求一直是企業的目標。目前，已研發出0壓跑鞋“爽感科技”，制定“321”造鞋系統，為跑步者提供不同細分種類的專業跑鞋，適用於馬拉松、長距離訓練、公路避震、形體健身等。

有數據顯示，全國建築行業從業人員約5000萬人，年市場需求安全鞋大約1.5億雙，價值300億元。瞄準這片藍海，莆田市迅速部署研發高品質高標準自主品牌的建築安全鞋。該建築安全鞋團體標準起草人之一的陳英洪說，莆田建築安全鞋團體標準的指標高于國家標準，這是莆田制鞋工匠和設計師在短短幾個月努力的結果，安全、時尚、舒適、輕便、健康、生活化等多場景適用，體現了莆田高超的制鞋工藝水平。

在莆田鞋公共品牌賦能下，越來越多的企業以創牌為引領，應用新模式、新業態培育新消費群體，一批細分品牌產品市場份額不斷攀升。

據莆田市工業和信息化局統計，今年1月至8月，莆田全市鞋業產業規上企業327家，實現規模產值806.8億元，比增5.5%；累計直接出口125.5億元，比增37.4%。

“莆田市委市政府高度重視鞋服產業發展。近年來，在品牌培育、創新提升、數字賦能等方面同步發力，旨在讓更多人全面了解莆田的制鞋技藝和莆田鞋的品質，為莆田鞋正名發聲，擦亮莆田鞋金字招牌。”莆田市委常委、統戰部部長、市鞋服產業發展暨招商工作專項領導小組組長郭宋玉說。

對莆田來說，創立莆田鞋集體商標僅僅是第一步，未來要持續把質量關口、促進跨界融合、推動鏈式發展，走出一條具有莆田地方特色的高質量發展之路。

(林凱 宏盈婷)